

Pengembangan Aksesoris *Fashion* Sepatu Untuk *Traveler* Wanita

Dinda Amadea Safia¹, Rima Febriani²

¹Program Studi Kriya, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung

²Program Studi Kriya, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung dindasafia99@gmail.com

(Dinda Amadea Safia¹), rimafebrianimori@gmail.com (Rima Febriani²)

Abstract *Traveling now starting to be favored by most Indonesians, especially melenial people. The existence of influencers or fashion bloggers who often share their activities documentation on social media to places that are aesthetic and beautiful such as beaches, mountains, coffe or coffeshop with instagramable architecture that makes the community especially millennials who average age 20 to 35 years have the desire to do that. The melenial generation likes to travel that is unique, new and has different challenges, this style of traveling has finally given birth to many new sights that are instaramable with attractive views and photo spots. With the increasing interest in traveling activities, it has caused significant growth in fashion and accessories products especially those that have high functional value. So that this phenomenon has the opportunity to be developed into new business opportunities in the field of shoe fashion accessories with decorative embellishment made in handmade and crafty. This research uses qualitative methods which include literature studies, observations, interviews and exploration. In this research, the writer can find a new business opportunity to create a brand of women's traveling shoes with a target market for melenial people to meet their needs when traveling.*

Keywords *Traveling Trend, Melenial Traveler, Business opportunity*

1. PENDAHULUAN

Traveling kini mulai digemari oleh sebagian besar orang Indonesia, khususnya kaum melenial yang melakukannya hampir setiap akhir pekan. Hal ini dibuktikan dari hasil survei *Global Travel Intentions Study* (GTIS) 2015 yang dilakukan oleh VISA (Rachmawati, 2015). Didukung dengan keberadaan *influencer* atau *fashion blogger* yang sering membagikan dokumentasi kegiatan perjalanan mereka di media sosial ke tempat-tempat yang estetik dan indah seperti pantai, pegunungan, atau *coffeshop* dengan arsitektur yang *instagramable* sehingga membuat masyarakat khususnya kaum *milenial* yang berusia rata-rata 20 hingga 35 tahun memiliki keinginan untuk melakukan hal tersebut.

Menurut Hafis (2019) didalam jurnalnya menjelaskan bahwa, generasi *milenial* lahir pada era teknologi yang pesat sehingga memberikan kemudahan bagi mereka untuk melakukan kegiatan *traveling*. Generasi ini menjadikan internet

1.1 Latar Belakang

menjadi, salah satu sarana untuk mengumpulkan informasi sebelum mereka melakukan kegiatan tersebut, gaya *traveling* seperti ini yang akhirnya melahirkan banyak tempat wisata baru yang *instaramable* dengan *view* dan *spot* foto yang menarik. *Traveller milenial* juga menyukai *traveling* yang unik, baru dan memiliki tantangan yang berbeda, sebagian besar terinspirasi dari *influencer* yang mereka ikuti.

Meningkatnya minat melakukan *traveling* dikalangan kaum melenial menyebabkan pertumbuhan yang cukup signifikan terhadap produk *fashion* dan aksesoris, hal tersebut dikarenakan para *traveler* ingin melakukan *traveling* dengan tampilan yang *stylish* dan menarik tetapi tetap mempertahankan kenyamanan serta fungsi dari produk yang dinilai akan memudahkan mereka ketika sedang melakukan aktifitas *traveling*.

Dengan meningkatnya *traveling* dikalangan generasi melenial, fenomena ini memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi peluang bisnis baru di bidang

aksesoris *fashion* sepatu dengan *embellishment* dekoratif yang dibuat secara *handmade* dan *crafty*.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah ditulis, penulis memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Adanya peluang menciptakan gaya alternatif terhadap produk aksesoris *fashion* sepatu bagi *traveler milenial* mengingat adanya potensi pasar yang cukup besar.
2. Perlunya upaya melakukan eksplorasi lebih jauh dari segi teknik, material dan perancangan desain sehingga dapat menghasilkan alternatif terhadap produk aksesoris *fashion* sepatu untuk menunjang kegiatan *traveler milenial*.
3. Adanya potensi pengembangan peluang bisnis baru terhadap produk *fashion* aksesoris sepatu untuk kegiatan *traveling*.

1.3 Metodologi Penelitian

Metode pemecahan masalah yang dilakukan pada penelitian kali ini adalah metodologi kualitatif dan kuantitatif yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

penulis melakukan survei langsung ke beberapa toko yang menjual produk Tigah *Home* sehingga dapat merasakan secara langsung material dari produk tersebut. Selain itu, penulis juga melakukan observasi melalui media sosial *customer Tigah Home* tentang hobi, kegiatan, aktivitas, minat serta barang apa saja yang akan mereka kenakan saat melakukan kegiatan *traveling*.

2. Studi Literatur

Penulis akan melakukan studi literatur dari buku-buku, e-book, jurnal dan tesis yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang akan diteliti, seperti tren *traveler milenial*.

3. Eksperimenatif

Penulis akan melakukan pengumpulan data melalui percobaan objek secara langsung, dengan menggunakan teknik pengolahan kain dan material, guna mendapatkan fakta dari produk yang akan dihasilkan.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari data-data yang telah diperoleh seperti observasi, studi literatur, dan eksperimenatif bahwa dengan meningkatnya kegiatan *traveling* di Indonesia khususnya pada kalangan generasi milenial menyebabkan peningkatan pasar yang cukup besar diranah *fashion* dan aksesoris. Di Indonesia sepatu menjadi *item* yang tidak pernah dilupakan saat melakukan kegiatan tersebut, tetapi saat ini jumlah sepatu *fashion* yang dikhususkan untuk kegiatan *traveling* dengan menerapkan elemen dekoratif yang *crafty* masih belum banyak dijumpai.

Penulis akan merancang sepatu *traveling* wanita dengan penggunaan elemen dekoratif yang di buat khusus secara *handmade* menggunakan sablon *puff* menerapkan motif-motif geometris dengan warna yang *fun* yang bertujuan sebagai pembeda dari produk yang ditawarkan *brand* pembeding. Penulis memanfaatkan material kanvas dan goni menjadi bahan baku utama untuk pembuatan produk.

3. KONSEP DESAIN

Konsep rancangan terinspirasi dari *trend traveling* pada kaum milenial yang menyebabkan peningkatan kebutuhan terhadap produk aksesoris dan *fashion*, hal ini yang menjadi acuan untuk menganalisa lebih jauh tentang peluang bisnis yang terdapat pada *trend* ini. penulis menganalisa dari peluang yang telah ada sebelumnya, dengan cara mengobservasi keterkaitan antara fenomena *traveling* di kalangan kaum milenial dengan meningkatnya kebutuhan produk aksesoris *fashion* yang akan menunjang penampilan saat mereka melakukan destinasi tersebut. Penerapan warna juga disesuaikan dengan analisa produk yang mereka gunakan didalam kegiatan sehari-hari terutama saat melakukan kegiatan wisata, menurut survei yang telah dilakukan mereka cenderung menyukai warna-warna yang netral tetapi tetap *fun* dengan alasan karna lebih mudah dipadu-padankan dengan *outfit* mereka. Selain itu *embellishment* yang akan diterapkan juga tidak akan terlalu banyak, karena mereka cenderung lebih menyukai produk

yang simpel dan minimalis tetapi tetap ada elemen dekoratifnya.



3.1 EKSPLORASI AWAL

Pada tahap awal eksplorasi, penulis bertujuan mencari teknik apa yang cocok serta potensial untuk diterapkan didalam sepatu wanita yang dapat menunjang kegiatan *traveling* dengan memerhatikan elemen *decorative* dan *crafty*. Tahap eksplorasi dilakukan dengan menggunakan unsur desain seperti titik, bentuk, garis dan warna, penulis mengkombinasikan beberapa teknik menjadi satu kesatuan seperti penggunaan *tassel*, sablon *puff*, *embroidery* dan *hand powdery effect*.

Tabel 3.1 Eksplorasi Awal

Eksplorasi	Teknik	Analisa
	<i>Embroidery</i> <i>Tassel</i> <i>Powdery</i>	Menggabungkan beberapa teknik dan material menjadi satu terkesan selaras, karena ada komposisi warna yang gelap netral dan terang, sehingga komposisi terlihat lebih hidup.
	<i>Puff</i>	Eksplorasi bentuk menggunakan <i>puff</i> terlihat masih sedikit berantakan, kedepannya akan mengkomposisikan

		lebih rapih lagi dan mengatur tentang besar atau kecil ukurannya.
	<i>Puff</i>	Mengkombinasikan kain kanvas berwarna kuning dengan <i>puff</i> dengan tiga warna dirasa kurang pas dan terlalu banyak warna sehingga kurang nyaman dilihat,
	<i>Powdery</i> <i>Fur</i>	Benang katun yang di susun menjadi daun kurang efektif saat gunakan menjadi <i>embelishment</i> karna rumbainya kerapkali membuat tampilan menjadi berantakan.
	<i>Embroidery</i>	Menerapkan teknik <i>embroidery</i> dengan pola geometris. Dirasa sudah cukup. Tetapi penulis harus lebih memerhatikan tentang komposisi warna dan komposisi bentuk.

3.2 EKSPLORASI LANJUTAN

Penulis telah melakukan eksplorasi awal dengan mencoba beberapa teknik diantaranya adalah dengan menggunakan




at menemukan keselarasan antara desain, warna serta material yang akan digunakan nantinya. Teknik eksplorasi dengan menggunakan sablon *puff* dan *tassel* menjadi teknik yang digunakan pada konsep desain penulis kali ini, penulis melakukan eksplorasi lanjutan dengan membuat motif (pola) dengan bentuk geometris dan abstrak.


Tabel 3.3 Eksplorasi Lanjutan

No	Eksplorasi	Teknik	Analisa
1		<p><i>Tassel</i> <i>Puff</i></p>	<p><i>Puff</i> dan <i>tassel</i> dengan warna senada memberikan komposisi yang <i>eyecatching</i> sehingga bila digabungkan dengan kanvas putih warnanya menjadi hidup.</p>
2		<p><i>Embroidery</i></p>	<p>dengan bentuk geometris terlihat selaras jika di gabungkan dengan canvas berwarna putih. Meskipun warna benang berbeda tetapi tidak terlihat terlalu ramai.</p>

teknik *embroidery*, *tassel*, *hand-powdery*, *puff* dan *fur* untuk dapat mengetahui teknik seperti apa yang dapat memberikan kesatuan di dalam eksplorasi tersebut sehingga diharapkan penulis dap

Berikut ini adalah hasil dari eksplorasi lanjutan yang berjumlah 9 bentuk dengan menerapkan teknik sablon *puff* dan *tassel*:

3		<p><i>Puff</i></p>	<p>Mengkombinasikan sablon <i>puff</i> dengan warna merah, kuning dan biru dirasa kurang <i>eyecatching</i>, karena terlihat telalu ramai.</p>
4		<p><i>Puff</i></p>	<p>Menggunakan kanvas kuning dan <i>puff</i> berwarna biru dan kuning muda dirasa selaras, karena terlihat <i>simple</i> tetapi tetap memiliki komposisi yang unik.</p>
5		<p><i>Puff</i></p>	<p>Eksplorasi <i>puff</i> yang diterapkan diatas permukaan kanvas dirasa cukup baik karena dapat menghasilkan</p>

			tekstur diatas permukaan kain.
6		<i>Puff</i>	Membuat pola abstrak geometris diatas kain kanvas dengan menerapkan warna biru muda, dongker dan pink dirasa cukup selaras dan pola terkesan <i>simple</i> tapi tetap menarik.
7		<i>Puff</i>	Menggabungkan sablon <i>puff</i> berwarna hitam, hijau dan ungu diatas kain kanvas berwarna putih dirasa cukup selaras karna warnanya <i>eyecatching</i> dan tidak bertabrakan.
8		<i>Puff</i>	Membuat tekstur abstrak menggunakan sablon <i>puff</i> diatas kain kanvas ungu kurang terlihat menarik, warnanya terlalu gelap dan motifnya terlalu abstrak.

9		Sablon	Sablon berwarna merah dikombinasikan dengan warna kuning dirasa kurang tepat, karena warnanya jadi terlihat bertabrakan.

3.3 DESAIN PRODUK

Setelah melakukan konsep perancangan dan proses eksplorasi, tahap selanjutnya adalah mengaplikasikan eksplorasi ke dalam desain produk. Didalam perancangan penulis membuat 5 *look* produk yang terdiri dari 5 desain sepatu dan 1 eksplorasi yang nantinya akan dipilih menjadi 2 *look* berdasarkan metode survei yang telah di lakukan melalui google form dengan responden sesuai dengan target *market* yang telah ditentukan.

Desain sepatu dibuat dengan potongan *basic, minimalis* dan *simple* tetapi tetap ada beberapa potongan yang menjadi poin *interest* didalam produk, eksplorasi yang di aplikasikan di atas material kanvas dengan menggunakan teknik sablon *puff*. Pemilihan warna di tentukan hasil dari poling terbanyak sewaktu survei awal.



Gambar 3.9 Pengaplikasian Eksplorasi Pada Desain Sepatu

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2020

3.4 VISUALISASI PRODUK

- Swelia Desain 1



Gambar 3.27 Swelia Desain 1 Detail
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2020



Gambar 3.28 Swelia Desain 1

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2020

- Swelia Desain 2



Gambar 3.29 Swelia Desain 2 Detail

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2020



Gambar 3.30 Swelia Desain 2

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2020

3.5 BISNIS MODEL CANVAS

1. *Costumer Segment* (segmentasi pelanggan)

A. Geografis

Tinggal di perkotaan seperti Jakarta, Bekasi, Bandung, Surabaya dan Medan. Memiliki tempat tinggal yang berjenis *town house* atau *apartment* dengan status sosial menengah keatas.

B. Demografis

Wanita berusia 20-34 tahun (generasi *milenial*), jenjang pendidikan S1 atau lebih, bekerja secara formal maupun informal (karyawan swasta, *influencer*, *entrepreneur*, desainer, IRT) dengan pendapatan perbulan sesuai dengan UMR Jakarta sebesar Rp.4.300.000 – Rp. 8.000.000 keatas.

C. Psikografis

Aktif menggunakan media sosial, menyukai *traveling* ke tempat-tempat yang estetik serta memiliki pemandangan yang indah seperti pantai, pegunungan, taman atau *caffé* dan *coffeshop* (tempat yang *instagramable*) karena mereka suka mendokumentasikan diri untuk di bagikan kepada media sosial miliknya, menyukai *style* yang minimalis tetapi tetap ada potongan yang berbeda, menyukai warna-warna netral serta warna yang cenderung memiliki tone gelap, rutin membagikan informasi seputar gaya hidup, tempat wisata yang menarik dan review produk pada media sosial terutama instagram.

2. *Value Proporsition* (proporsi nilai)

Value yang ditawarkan adalah sebuah *brand* yang menjual produk berupa sepatu *traveling* dengan desain *basic*, menggunakan material dari kain kanvas dan *jute*. *Brand* ini menerapkan eksplorasi dari sablon *puff* dengan komposisi yang disesuaikan dengan mempertimbangkan keinginan target *market*, motif yang digunakan yaitu berbentuk geometris dan *abstract*. Untuk *repeat* produksi hanya menyediakan 5 *pieces* per 1 desain, hal tersebut bertujuan untuk menjaga ke eksklusivitas produk.

3. *Channels* (saluran proses komunikasi)

Untuk saluran proses komunikasi kepada pelanggan, *brand* ini memanfaatkan *marketing* dan penjualan secara online seperti Instagram, facebook, website serta akan menggunakan media *e-commerce* seperti shopee atau tokopedia. Serta melakukan penjualan secara offline sejenis *event local market*. Untuk pengiriman produk ke luar kota, kami akan menggunakan jasa ekspedisi seperti JNE, Sicepat, Jnt dan Pos Indonesia. Sedangkan untuk pengiriman yang masih satu kota akan menggunakan jasa pengiriman ojek online.

4. *Customer Relationship* (hubungan pelanggan)

Hubungan dengan pelanggan, untuk memulai bisnis *brand* ini memanfaatkan media online sebagai sarana berkomunikasi dengan *customer* seperti *direct messege Instagram*, *whatsapp* serta *email*. *Brand* ini juga menyediakan website kepada para pelanggan untuk melakukan pembelian langsung serta menyediakan admin untuk sekedar bertukar informasi jika

pelanggan mengalami kesulitan diwaktu pembelian. Setiap ada *event special brand* ini akan memberikan promo 20% kepada pelanggan dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan. Jika konsumen mendapatkan barang yang *reject*, konsumen diperbolehkan menukar dengan barang yang baru.

5. *Revenue Streams* (arus pendapatan)

Penjualan produk akan berkisar antara Rp. 730.000.-

Key Partners - Vendor Kain - Vendor Jahit Sepatu - Vendor Sablon - Admin - Desainer	Key Activities - Melakukan Eksplorasi Puff dan Tonal - Membuat Desain Latah Produk - Meneliti Kain Katun & Jala Kain - Quality Control - Packaging - Pengiriman Barang Key Resources - Desainer - Admin - Financial - Alat Jahit - Laptop - Mesin Jahit - Hatang - Camera	Value Propositions - Sepatu Traveling dengan desain basic - Menggunakan material kain katun dan jala - Eksplorasi puff dan tonal - Menemukan motif geometris dan abstrak	Customer Relationships - Memanfaatkan media online sebagai media komunikasi dengan customer seperti DM instagram, whatsapp, dan email - Event special promo 20% - Jika barang reject, barang bisa di tukar Channels - Memanfaatkan marketing online seperti instagram, facebook, website, shopee dan tokopedia - Menggunakan ekspedisi JNE, JNT, Sicepat, dan Pos Indonesia	Customer Segments - Wanita berusia 20-35 tahun, bekerja kantoran, entrepreneur, reformer, et. - Masyarakat trading - Masyarakat kreatif - Anak millenial - Tinggal di apartemen atau apartemen
Cost Structure - Bahan baku kain - Pesta sablon dan pewarna - Packaging - Printing label, Hangtag dan bussiness card - Sticker - Jasa jahit		Revenue Streams Pendapatan utama dari penjualan produk SWELIA desain 1 dan 2 dengan harga Rp.730.000/pcg		

Gambar 3.32 Bisnis Model Canvas

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2020

4 KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Upaya yang penulis lakukan untuk mengembangkan peluang bisnis baru di bidang aksesoris *fashion* dikarenakan fenomena *traveling* yang mulai digemari oleh orang Indonesia terutama generasi milenial. Produk sepatu sandal menerapkan teknik sablon *puff* dengan memberikan motif

geometris dan abstrak diatas permukaan kain, proses penyablonan dilakukan secara manual dan *handmade*.

2. Upaya untuk memberikan karakter *fun* di dalam sepatu tetapi tetap terlihat simple dan minimalis sesuai dengan hasil observasi terhadap target *market* seperti pemilihan warna, desain serta motifnya.

3. Eksplorasi yang telah dilakukan dengan membuat motif menggunakan sablon *puff* pada produk sepatu sandal. Motif disusun secara abstrak dan di repetisi di berbagai komposisi.

4.2 SARAN

Jadi didalam penelitian ini masih banyak kekurangan, untuk menghasilkan *travel shoes* dengan teknik sablon *puff* yang tepat sebaiknya jangan dilakukan menggunakan tangan secara manual, karena hal tersebut membutuhkan waktu yang cukup lama untuk pengerjaannya, kemudian karena penulis membuat produk sepatu jadi kanan dan kiri seharusnya memiliki komposisi yang sama, tetapi saat mengerjakannya secara manual hal tersebut tidak bisa tercapai karena bagian kanan dan kiri pasti tidak akan sama 100%, selain itu sangat sulit untuk bisa mempertahankan kerapihan saat mengaplikasikan sablon *puff* diatas permukaan kain kanvas sehingga harus *ekstra* hati-hati dalam pengerjannya. Rekomendasi penulis bagi dunia fashion ataupun untuk diteliti dalam penelitian selanjutnya adalah dengan menggunakan alat *screen printing* didalam proses pengerjaannya atau bisa mencari vendor yang tepat. Kemudian bisa mengeksplorasi lebih banyak motif, selain itu dapat mengkomposisikan warna-warna yang seirama dan mengeksplorasi pola lebih jauh dengan menerapkan unsur-undur di dalam desain agar *value* dari produk tersebut dapat bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, I. (2017, januari 13). Teknik Stansil.
- Carla, A, (2018). Pengertian, Contoh dan Manfaat Tekstil.
- Caturludysari, A. (2019). Perancangan Busana Kerja Menggunakan Material Kain Serat Alam Untuk Wanita Dengan Tren Gaya Hidup Sehat. Telkom University
- Fathiyah, J. (2020, januari 17). Macam Sandal Wanita Paling Modis dan Popular.
- Gustiana, A. (2011, Agustus 09). Desain Tekstil
- Izalah, R. (2011, October 21). Prinsip-Prinsip Dalam Desain.
- Jasmine, J. (2018). Eksplorasi Teknik Batik Kontemporer Dengan Sablon *Puff* Pada Produk *Fashion*.
- Susanto, A dan Indrojarwo, T. (2016). Desain Aksesoris *Fashion* Wanita Urban Dengan Eksplorasi Material Kaca.
- Al Hafiz, M, P. (2019, juli 11). Memahami 5 Karakter *Traveler Milenial*.
- Osterwalder, pigneur. (2010). *Business Model Generation*. New jersey. Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Pitana, IG & Diarta, IKS. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta:
Penerbit Andi.
- Hendraningrum, R dan Susilo, E. (2008). *Fashion dan Gaya hidup : Identitas dan Komunikasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Paramita, R. (2017, maret 24). *Hand Embroidery* Sulaman Bandung.
- Riyanto, Arifah A. (2003). *Desain Busana*. Bandung: YAPEMDO.
- Sachari, A dan Sunarya, Y. (2000) Pengantar Tinjauan Desain.
- Sanyoto, E, S. (2009) *Nirmana : Elemen – Elemen Seni dan Desain*. Terbit di Yogyakarta
- Simatupang, T. (2018, Februari 28). *Milenial Adalah Raja Piknik Di Indonesia*
- Tuneca. (2011, maret 23). *Fashion Aksesoris*.
- Puspita, R, W. (2011, juli). Asal Aksesorisa Gelang.
- Nurhalida, W dan Rajagukguk, S. (2016). Pengaruh *Instagram* Terhadap Gaya Busana Hijab di Kalangan Remaja